

ProWein's 'World of Zero' om no- en low-category te laten zien

Michael Degen, uitvoerend directeur van ProWein-organisatoren Messe Düsseldorf, vertelde dat bezoekers van hal 1, waar 'World of Zero' zal worden gehouden, veel hebben om naar uit te kijken vanuit deze nieuwe ruimte op de beurs: "Met 'World of Zero' spelen we in op de trend van alcoholvrije en alcoholarme wijnen en zetten daar proactief de toon voor. Waren de alcoholvrije producten tot nu toe op de stands van de betreffende producenten en/of importeurs en exporteurs verspreid over alle beurshallen, nu worden ze gebundeld gepresenteerd op een focal area in hal 1. Voor onze vakbezoekers uit foodservice en retail is dit het ideale platform om uitgebreid en vooral efficiënt informatie over dit segment te verzamelen. Hierdoor krijgen exposanten gemakkelijker toegang tot nieuwe kopers voor hun nieuwe producten en kunnen bezoekers op hun beurt deze nieuwe productgroep sneller vinden. De 'World of Zero' wordt gecombineerd door een proefzone in het centrum van deze themawereld. Lezingen en paneldiscussies over deze set van thema's maken het programma in de 'World of Zero' compleet."

Onder de merken die elders in de zaal een hoofdstand hebben en er een in de 'World of Zero' hebben, zijn Schlumberger en Peter Riegel. Er zijn ook verschillende merken die exclusief aanwezig zijn in dit deel van de beurs, zoals Kolonne Null en Manufaktur Jörg Geiger.

Hoewel de wijnwereld een aantoonbaar oneerlijke reputatie heeft omdat ze zich traag aanpast aan veranderingen, volgt ProWein consequent de trends op het gebied van dranken, met de sectie 'hetzelfde maar anders' van vorig jaar als een recent voorbeeld. Wat betreft waarom de no- en low-categorie lijkt toe te nemen, suggereerde Degen dat het generatiegebonden is: het groeiende gezondheidsbewustzijn en het veranderde consumptiegedrag van gen 'Z', d.w.z. de 26- tot 37-jarigen, zijn de belangrijkste redenen hiervoor tendens. Pas onlangs haalde popster Kylie Minogue de internationale krantenkoppen met de lancering van haar eerste alcoholvrije mousserende roséwijn met dezelfde naam. Het zal in de schappen liggen bij de Britse supermarktketen Tesco, om maar één verkooppunt te noemen. Ook in de foodservice speelt 'Zero' een steeds belangrijkere rol."

Degen is zelfs van mening dat no- en low- misschien wel een blijvertje zullen zijn, in plaats van alleen maar een Dry January-rage te zijn: "Zeker niet alleen maar een huidige rage! Op dit moment lijkt het echter een hype omdat het onderwerp relatief nieuw is. In de toekomst kan het voor iedere producent normaal zijn om alcoholvrije producten in het assortiment aan te bieden. Uit ons huidige ProWein Business Report bleek bijvoorbeeld dat wijnen met weinig alcohol en alcoholvrije wijnen (no-low-wijnen) door 33% en 24% van de branche als verkooptrend voor 2023 worden gezien. Tegen de achtergrond van de huidige economische uitdagingen, juist zulke productinnovaties zijn essentieel voor het voortbestaan van de industrie."

ProWein 2023 vindt plaats van 19 tot en met 21 maart in Düsseldorf.